

## **ABSTRAK**

“Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Produk Rumah Tangga Merk Tupperware (Survei Pada Masyarakat Di Kelurahan Cicadas Kota Bandung)”

Dibawah bimbingan Yana Rohmana, S.Pd, M.Si

Oleh  
**Nyimas Zakiah Fithria Mahmudah**  
**1103568**

Fokus kajian dalam penelitian ini adalah meneliti mengapa masyarakat lebih memilih produk rumah tangga merek tupperware. Padahal jika dilihat dari harga, produk tersebut cenderung lebih mahal dibandingkan produk rumah tangga merek lainnya. Hal ini disebabkan karena adanya perilaku konsumen yang memiliki preferensi tinggi terhadap produk rumah tangga merek tupperware dibandingkan dengan produk rumah tangga merek lainnya. Preferensi dapat dipengaruhi oleh anggaran yang disediakan konsumen untuk membeli produk rumah tangga merek tupperware dan atribut produk yang ada dalam produk tersebut. Subjek dalam penelitian ini yaitu ibu – ibu rumah tangga yang menggunakan produk rumah tangga merek tupperware di Kelurahan Cicadas Kota Bandung. Adapun sampel yang diambil sebanyak 151 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survey eksplanatori dengan menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpul data, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program *Eviews 6*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel anggaran dan atribut produk sama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi. Hal ini berarti bahwa semakin anggaran meningkat dan semakin baik atribut yang dimiliki oleh produk rumah tangga merek tupperware maka preferensi konsumen terhadap produk tersebut pun akan meningkat. Indikator atribut produk dalam penelitian ini dilihat dari performansi, fitur, durabilitas, estetika, dan persepsi kualitas.

**Kata Kunci :** *Preferensi, Anggaran, Atribut Produk.*

## **ABSTRACT**

“The Analysis Factor is Influence Consumer Preference About of Household Products  
Tupperware (This Survey in Kelurahan Cicadas, Bandung City)”

Supervised by Yana Rohmana, S.Pd, M.Si

By

**Nyimas Zakiah Fithria Mahmudah**  
**1103568**

The focus of this research study is to investigate why people prefer brand Tupperware household products. In fact, if seen from the price, that product is likely to be more expensive than other brands of household products. This is due to the behavior of consumers who have a high preference for domestic products Tupperware brand compared with other brands of household products. Preferences can be influenced by the budget provided consumers to buy household products Tupperware brand and product attributes that exist in the product. Subjects in this research is the mother - a housewife who use household products brand tupperware in the Kelurahan Cicadas Bandung. The samples was taken were 151 people. The method used in this research is an explanatory survey by using a questionnaire or a questionnaire as a data collection tool, while data analysis technique used is multiple linear regression with the help of the program EvIEWS 6. The results showed that the variables of the budget and the same product attributes - the same positive effect and significant impact on preferences. This means that the budget increase and the better attributes of the Tupperware brand household products, the consumer preference for these products will increase. Indicators of the product attributes seen in this research from performance, features, durability, aesthetics, and perceived quality.

**Key Words** : Preference, Budget, Product Attributes.